

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІАКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут бізнесу та сучасних технологій
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«Маркетинг промислового підприємства»

на 2021-2022 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	–
Освітня програма/спеціалізація	–
Спеціальність	–
Галузь знань	–
Ступінь вищої освіти	–

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну,
науковий ступінь і вчене звання,
посада

Трайно Вікторія Миколаївна
к.е.н.,
доцент кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-066-10-46-215
Електронна адреса	trayno555@ukr.net
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Набуття глибоких теоретичних знань з питань теоретичних основ і конкретних методів обґрунтування рішень у сфері маркетингу, для підвищення ефективності функціонування підприємств України в ринкових умовах та їх конкурентоспроможності на внутрішніх та зовнішніх ринках.
Тривалість	5 кредитів ЄКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 90 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття, самостійна робота поза розкладом.
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; тестування; поточні модульні роботи. Підсумковий контроль: залік (ПМК).
Базові знання	Наявність широких знань із основ економічних та маркетингових дисциплін.
Мова викладання	Українська

Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
• Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.(ПР05).	• Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.(ЗК03) • Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. (ЗК06). • Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності (СК06). • Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів(СК07). • Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу(СК12).

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
	• Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності (СК14).

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1: Основи промислового маркетингу		
Тема 1. Сутність, завдання і концепції промислового маркетингу	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темою: маркетинг, як система діяльності підприємства на ринку
Тема 2. Ринок промислових товарів та особливості маркетингової діяльності на ньому.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань	Виконання практичних завдань за темами: планування маркетингової діяльності на підприємстві; різновид організаційних структур відділів маркетингу в діяльності підприємств різних форм власності.
Тема 3. Стратегії промислового маркетингу	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань	Виконання практичних завдань за темами: ринки товарів та особливості маркетингової діяльності на них; огляд стратегій, що застосовуються на ринку
Тема 4. Конкуренція на промислових ринках	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань	Виконання практичних завдань за темами: дослідження конкурентоспроможності товару; формування товарної політики підприємства на основі маркетингу.
Тема 5. Кон'юнктура ринку промислових товарів	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань	Виконання практичних завдань за темами: кон'юнктура ринку продукції підприємства; формування і дослідження попиту на товари.
Модуль 2: Маркетингова діяльність на ринку товарів промислового призначення		
Тема 7. Товарна політика та управління асортиментом продукції на промислових підприємствах	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: специфіка маркетингу у галузі закупівлі товарів; моніторинг ринку постачальників.
Тема 8. Цінова політика промислового підприємства	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: роль цінової політики у маркетинговій діяльності; особливості формування цін на продукцію у підприємствах різних сфер діяльності.
Тема 9. Управління розподілом і збутом продукції промислового призначення	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: планування і регулювання збутових запасів; маркетингова логістика.

Інформаційні джерела

Основні

1. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 612с.
2. Бойчук І. В Маркетинг промислового підприємства. : навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 620с.
3. Нечаєв В. П. Промисловий маркетинг : Навч. - метод. посіб. для самост. вивчення дисципліни / В.П. Нечаєв. – Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2009. – 185 с.
4. Телетов О.С. Маркетинг у промисловості: Підручник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 248 с.

Додаткові

1. Васильков В.Г. Організація виробництва: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2003. – 524 с.
2. Вачевський М. Промисловий маркетинг: Основи теорії і практики: Навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. — Дрогобич : НВЦ "Каменярь", 2004. — 253с.

3. Зозулев А.В. Промышленный маркетинг: рыночная стратегия: Учеб.пособие / А.В. Зозулев. – К.: Центручебной литературы, 2010. – 576 с.
4. Крикавський Є. Промисловий маркетинг: Підручник для студ. екон. спец. / Національний ун-т "Львівська політехніка". — 2. вид. — Л. : Видавництво Національного ун-ту "Львівська політехніка", 2004. — 472с.
5. Нечаев В. П. Промисловий маркетинг : Навч. - метод. посіб. для самост. вивчення дисципліни / В.П. Нечаев. – Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2009. – 185 с.
6. Основи теорії та практики. Навчальний посібник. - Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 256 с.
7. Організація виробництва: Навч. посіб. /В.О. Онищенко, О.В. Редкін, А.С. Старовірець, В.Я. Чевганова. – К.: Лібра, 2003. – 336 с.
8. Пасічник В.Г., Акіліна О.В. Організація виробництва. Навчально-методичний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 248 с.
9. Промисловий маркетинг: Навчальний посібник / Під редакцією О.О.Шубіна. – К.: НМЦВО МоІН України, Студцентр, 2002. – 432 с.
10. Оснач О.Ф. Промисловий маркетинг. Навч. посіб. 2-ге вид. / О.Ф. Оснач, В.П. Пилипчук, Л.П. Коваленко. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 364 с.
11. Святненко В.Ю. Промисловий маркетинг: Навч. посібник / В.Ю. Святненко. – К.: МАУП, 2001. – 264 с.
12. Старостіна А. О., Длігач А. О., Кравченко В. А. Промисловий маркетинг: Теорія, світовий досвід, українська практика: Підручник / А.О. Старостіна (ред.). — К. : Знання, 2005. — 764с.

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Політика щодо академічної доброчесності: списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
- Політика зарахування результатів неформальної освіти: <http://puet.edu.ua/uk/publiczna-informaciya>

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): виконання практичних завдань; виконання індивідуальних завдань; поточна модульна робота I	50
Модуль 2 (теми 6-10): виконання тестів; виконання практичних завдань; виконання індивідуальних завдань; поточна модульна робота II	50
Разом	100

Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни